

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian yang didasarkan hasil analisis, sebagai berikut:

- 5.1.1.** Kualitas produk (X1) dan lokasi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengujian diperoleh nilai F 24.467 dengan signifikansi sebesar $.000 < 0.05$. Dengan ini dinyatakan hipotesis pertama diterima.
- 5.1.2.** Variabel kualitas produk (X1) memiliki koefisien regresi .393 terhadap keputusan pembelian (Y), t_{hitung} .681, dan tingkat signifikansi $.005 < 0.05$ menurut temuan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Maka, hipotesis kedua diterima.
- 5.1.3.** Variabel lokasi (X2) memiliki koefisien regresi .627 terhadap keputusan pembelian (Y), t_{hitung} 1.010 dan tingkat signifikansi sebesar $.039 < 0.05$ menurut temuan. Hal ini dinyatakan bahwa lokasi (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Maka, hipotesis ketiga diterima.
- 5.1.4.** Koefisien determinan (*R square*) sebesar 0.569 artinya bahwa kualitas produk (X1) dan lokasi (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai persentase sebesar 56.9% sedangkan sisanya 43.1% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang didapatkan, maka saran yang diberikan sebagai berikut :

5.2.1. Disarankan untuk depot air minum Ria Riski untuk selalu menjaga kualitas air agar konsumen betah untuk tetap membeli air minum di depot ini.

Disarankan juga untuk memperhatikan harga, karena harga menjadi hal yang sangat perlu diperhatikan sebab lingkungan desa yang mayoritas berada pada tingkat ekonomi menengah.

5.2.2. Disarankan untuk depot air minum Ria Riski untuk tetap mempertahankan lokasi agar konsumen mudah menemui depot air minum Ria Riski dan tidak memutuskan untuk membeli ditempat lain. Faktor lain yang perlu diperhatikan adalah untuk membuat iklan agar konsumen lain mengetahui informasi dan memilih untuk membeli di depot air minum Ria Riski di desa Tokorondo.

5.2.3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah atau mengubah variabel independen lainnya selain kualitas produk dan lokasi yang tentunya dapat berpengaruh keputusan pembelian seperti faktor harga dan iklan yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Membuat iklan menyebabkan tersebar luasnya informasi kepada para calon konsumen lain untuk memutuskan membeli pada depot air minum Ria Riski di desa Tokorondo secara terus menerus.